

PRIMO PIANO

Poste Vita, Cappiello nuovo dg

Manca solo l'ufficialità, che con ogni probabilità arriverà nelle prossime ore o nei prossimi giorni, ma è ormai certo che Maurizio Cappiello sarà il nuovo direttore generale di Poste Vita, e il nuovo amministratore delegato di Poste Assicura. A conferma della notizia, rilanciata ancora una volta oggi, dal quotidiano MF, sono arrivate anche le parole di Reale Mutua (vedi articolo a pagina 3) che in una nota ha annunciato che Cappiello ha lasciato la compagnia torinese, dove era vice dg, "per assumere un altro incarico a Roma, sua città d'origine".

Nato a Roma nel 1964, Cappiello, in quasi trent'anni di carriera nel comparto assicurativo italiano, ha ricoperto ruoli di crescente responsabilità, sviluppati all'interno di Axa Assicurazioni, in tutte le aree della gestione caratteristica del settore: ha ricoperto incarichi di responsabilità nei settori dei rischi tecnici, dell'auto e come direttore del dipartimento di Roma dal 2003 al 2007; dal 2008 al 2012 ha ricoperto la carica di vice direttore generale e, dal maggio 2013, è stato direttore generale con responsabilità su canali di distribuzione, sinistri, marketing & multiaccess. Nel gennaio 2017 è poi passato a Reale Group, come vice dg di Reale Mutua.

Cappiello, inoltre, ha fatto parte del comitato esecutivo di Ania dove, in particolare, ha ricoperto il ruolo di direttore della commissione distribuzione.

Beniamino Musto

ASSOCIAZIONI

Il nuovo corso (nella tradizione) di Fidia

Chiamato da pochi mesi alla presidenza, Gianfranco Bennati, manager di lungo corso nel settore assicurativo, ribadisce la centralità della Federazione italiana dei dirigenti delle imprese assicuratrici nel rapporto con gli interlocutori istituzionali

"La sfida principale di Fidia è mantenere lo *status quo*". Può suonare un po' strano in un mondo in cui il motore di tutto è il cambiamento, e tutti dicono di voler *cambiare le cose*; ma c'è un motivo e lo spiega direttamente chi queste parole le ha pronunciate durante l'intervista concessa a *Insurance Daily*. "Il contratto dei dirigenti del settore - argomenta **Gianfranco Bennati**, presidente della Federazione italiana dei dirigenti delle imprese assicuratrici (Fidia) - va difeso senza tirare su le barricate, ma colloquiando".

Sono circa 1100 i dirigenti assicurativi italiani e Fidia ne raggruppa circa 600, di cui 200 attivi e 400 in pensione. La federazione riunisce sotto un unico cappello le associazioni sindacali territoriali che si dividono in Nord Est, Nord Ovest e Centro Sud. Il compito principale delle associazioni sul territorio è tutelare i diritti dei dirigenti assicurativi e presidiare il rispetto delle direttive del contratto collettivo nazionale, in vigore dal 2013, presso le singole aziende.

LA GESTIONE DELLE RISOLUZIONI DEI RAPPORTI DI LAVORO

Fidia ha un ruolo di supporto e coordinamento e in più è l'unica a poter trattare a livello nazionale con l'**Ania**, l'associazione datoriale. "Per quanto riguarda i dirigenti in servizio - spiega Bennati - quando a questi viene proposta la risoluzione del contratto, Fidia li aiuta anche nella trattativa con l'azienda. Poi si agisce in commissione di conciliazione con Ania e li aiutiamo eventualmente a uscire dall'azienda nel modo migliore".

Non si tratta solo di valutare la proposta economica, ma anche quella di *outplacement*, lo scarico di responsabilità e tutto quello che riguarda il mantenimento dei diritti di assistenza sanitaria: "molte volte - rivela Bennati - la proposta di risoluzione non è adeguata e non rispetta questi requisiti, specie l'*allegato 8* del contratto, che garantisce la parte dell'assistenza sanitaria".

Con la digitalizzazione, le cose stanno cambiando anche per i dirigenti. Molte aziende che hanno esuberi, soprattutto medie e piccole compagnie, in prima battuta, puntano alla risoluzione del rapporto e solo dopo, eventualmente, propongono il demansionamento, trasformando il dirigente in funzionario, magari mantenendo lo stesso livello di stipendio ma non i *benefit* dell'assistenza sanitaria.
(continua a pag. 2)



Gianfranco Bennati

The LinkedIn logo, consisting of the lowercase letters "in" in white on a dark blue background, is positioned on the left side of a graphic. The graphic has a geometric, multi-colored background with shades of pink, purple, and blue.

INSURANCE REVIEW su LINKEDIN
Seguici sulla pagina cliccando qui

(continua da pag. 1)

2018: UN CONTRATTO DA BLINDARE

Il contratto dirigenti è in scadenza l'anno prossimo e per Fidia, nonostante non ci sia da parte di Ania la volontà di cambiarlo in modo sostanziale, la sfida principale è appunto salvaguardarlo così com'è. "Con Ania - spiega Bennati - faremo la sintesi delle proposte che arrivano dalle associazioni territoriali e quindi parleremo con un'unica voce".

Questo *modus operandi* è anche all'origine, sostiene Bennati, dell'uscita di **Paolo Aicardi**, ex presidente di Fidia e ora numero uno di **Andia**, la neonata associazione nazionale. "Il progetto di Aicardi - spiega - era abolire le associazioni sul territorio e costituirne una sola nazionale con delle delegazioni locali: secondo lui, l'attuale organizzazione di Fidia era obsoleta e fuori dai tempi. Ma noi non siamo d'accordo perché le associazioni sul territorio hanno ancora senso giacché mantengono un rapporto diretto con gli associati: ecco perché non avvertivamo alcun bisogno di una trasformazione di quel tipo".

IL RAGGIO DI AZIONE POSSIBILE

Fidia contesta molte delle prese di posizione di Andia. È il caso del riconoscimento, da parte di Ania, della nuova associazione, comunica, dice Bennati, con una *distorsione in prospettiva*. "Le associazioni sindacali non firmatarie del Ccnl - sottolinea il presidente di Fidia - non sono legittimate a creare rappresentanze sindacali aziendali: vero è, però, che se le singole imprese ritengono di riconoscere e accettare una rappresentanza che abbia Andia come riferimento sindacale sono libere di farlo. Ma - conclude - Andia, al momento, ha riconosciute solo le prerogative e i diritti sindacali della legge per le Oo.Ss. non firmatarie del Ccnl".

Fabrizio Aurilia



LA PRIMA POLIZZA ADEGUATA ALLA LEGGE GELLI

POLIZZA PER IL PERSONALE DELLE AZIENDE SANITARIE PUBBLICHE E PRIVATE

Siamo in grado di offrire ai colleghi accreditati la possibilità di garantire ai **sanitari loro clienti** l'adempimento immediato del **nuovo obbligo assicurativo**.

La **convenzione Med Mal Risk** sarà distribuita da intermediari accreditati con ASSIMEDICI, **riservando loro un trattamento provvigionale di elevato interesse** in grado di attrarre le migliori ambizioni professionali di quegli Intermediari che si dimostreranno pronti ad instaurare o consolidare un rapporto di collaborazione così come il settore della Med-Mal pretende.



SICURAMED.IT divisione di ASSIMEDICI Srl
20123 Milano, Viale di Porta Vercellina 20 - Tel. **02.87.19.80.99** - Fax 02.87.18.10.98
Recapiti Torino: Tel. 011.04.37.446 - Fax 011.04.32.358
Recapiti Roma: Tel. 06.92.91.79.52 - Fax 06.92.91.21.31
www.sicuramed.it E-mail info@sicuramed.it PEC info@assimedicu.it
Partita Iva 07626850965 - Iscr. RUI B000401406 del 12.12.2011 Cap. Soc. 50.000,00 i.v.



COMPAGNIE

Andrea Bertalot nuovo vice dg di Reale Mutua

Subentra a Maurizio Capiello. Laganà nuovo dg di Italiana Assicurazioni

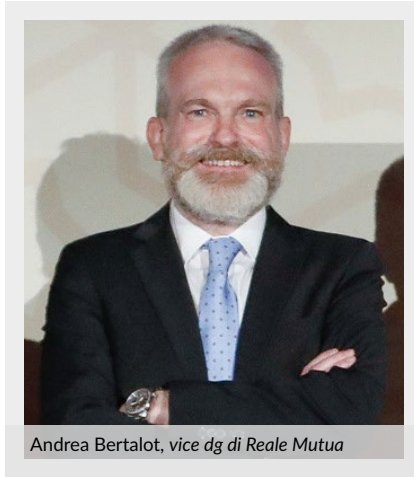
Avvicendamento ai vertici di **Reale Group**. Il nuovo vice direttore generale della capogruppo **Reale Mutua** è, a partire da ieri, **Andrea Bertalot**. Affiancherà il direttore generale **Luca Filippone** e il condirettore generale **Massimo Luvì** nella gestione della compagnia mutua torinese. In particolare, Bertalot avrà la responsabilità dell'area di business della società, che comprende le attività svolte sia dalle direzioni tecniche danni e vita, relative all'assunzione dei rischi e alla liquidazione dei sinistri, sia dalla direzione distribuzione e marketing, in particolare per le relazioni con gli agenti e i broker. Nato a Torino nel 1969, Bertalot è entrato in Reale Group nel 1997.

Dopo essere stato responsabile di diverse direzioni, negli ultimi tre anni e mezzo ha ricoperto l'incarico di direttore generale della controllata milanese, **Italiana Assicurazioni**.

Bertalot sostituisce **Maurizio Capiello** che ha lasciato la compagnia "per assumere un altro incarico a Roma, sua città d'origine", spiega una nota di Reale Group.

La poltrona di direttore generale di Italiana Assicurazioni, fino in precedenza occupata da Bertalot, sarà affidata a **Roberto Laganà**. Romano, nato nel 1964, Laganà è laureato in scienze statistiche e attuariali e abilitato alla professione di attuario. Ha iniziato la sua carriera in **Ania** e ha poi ricoperto ruoli di crescente responsabilità, dapprima in **Nuova Tirrena Assicurazioni**, poi in **Toro Assicurazioni**, e in **Groupama Assicurazioni**, dove si è occupato in particolare della fusione di tale compagnia con Nuova Tirrena; più recentemente, è stato amministratore delegato e direttore generale di **Amissima Assicurazioni** e **Amissima Vita** (precedentemente **Carige Assicurazioni** e **Carige Vita Nuova**), lasciate lo scorso anno, società in cui ha gestito la delicata fase di risanamento e di miglioramento dei rapporti tecnici.

"Sono certo che le nuove nomine ci permetteranno di garantire un sempre maggior presidio degli obiettivi di Reale Group - ha sottolineato **Iti Mihalich**, presidente del consiglio di amministrazione di Reale Mutua e di Italiana Assicurazioni - Conosciamo bene e apprezziamo da molti anni lo stile di leadership di Bertalot, che ci sarà di particolare utilità nel perseguire lo sviluppo redditivo delle attività di Reale Group e il continuo miglioramento del servizio ai soci/assicurati della nostra mutua. La lunga esperienza e l'elevata conoscenza del mercato assicurativo di Laganà contribuiranno all'ulteriore crescita della nostra controllata e al miglior governo della complessa fase che l'attende di integrazione delle compagnie **Uniqa Assicurazioni** e **Uniqa Previdenza**, recentemente acquisite dal gruppo, in Italiana Assicurazioni".



Andrea Bertalot, vice dg di Reale Mutua

MERCATO

Sul Pepp impegno di lungo periodo

Insurance Europe, in un documento, illustra la propria posizione sullo schema di regolamento

Insurance Europe rafforza il proprio lavoro di *lobbying* sul **Pepp**, attraverso la pubblicazione di un documento che evidenzia la propria posizione sullo schema di regolamento per il prodotto pensionistico individuale paneuropeo, previsto in dirittura d'arrivo presso la Commissione Europea entro luglio.

Il progetto è da sempre accolto con favore dalla federazione europea che unisce le associazioni nazionali degli assicuratori (tra cui **l'Ania**): gli obiettivi condivisi sono quelli di aumentare sia la quota di popolazione coperta dalla previdenza complementare sia fornire agli operatori fondi destinati agli investimenti a lungo termine. Proprio per questi motivi, il **Pepp** deve essere un vero prodotto pensionistico a lungo termine.

Per ottenere questi risultati, **Insurance Europe** ha stilato una serie di proposte e osservazioni che ha condiviso con la Commissione Europea e che, chiaramente, vorrebbe vedere essere accolte quando il *framework* sarà licenziato.

Il terzo pilastro svolge un ruolo chiave nel panorama pensionistico e diventerà sempre più importante, dal momento che i sistemi a più gambe rappresentano il modo più efficace per garantire la sostenibilità e l'adeguatezza delle prestazioni pensionistiche. Sul lungo periodo occorrerà affrontare sfide demografiche inedite e gli assicuratori che operano nel vita dovranno continuare a essere fornitori importanti di prodotti pensionistici di cui i consumatori possono fidarsi.

Ecco perché, sostiene **Insurance Europe**, i consumatori dovrebbero essere incentivati a risparmiare sul lungo periodo, anche facendo fronte a periodi in cui l'investimento nei prodotti pensionistici potrà essere esiguo o minimo: il **Pepp** dovrebbe quindi offrire agli assicurati un livello di sicurezza alto, e la protezione contro il rischio longevità dovrebbe essere una delle opzioni offerte. Tenendo conto delle prassi nazionali di ogni Stato membro, gli assicurati dovrebbero comunque poter accedere a garanzie diverse o scegliere una copertura supplementare, contro i rischi importanti, come la disabilità.

Per un approfondimento, clicca qui.

B. M.

F.A.

COMPAGNIE

Digital innovation, una missione a tre

Nella visione di Generali Italia l'innovazione è un processo che parte dai modelli di business e richiede la collaborazione di compagnia, intermediari e clienti

Se potessimo spostare il calendario in avanti di qualche anno, potremmo con molte probabilità constatare il successo di quelle compagnie che hanno interpretato la *digital disruption* partendo dai modelli di business, cioè da come si presentano al mercato e dalle modalità di offerta dei loro servizi, e il possibile ritardo di quei player che al contrario si sono concentrati su asset esclusivamente tecnologici. È una convinzione diffusa nel settore e condivisa anche dall'*head of business transformation* di **Generali Italia**, **Francesco Bardelli**, intervenuto all'*Idc Insurance Day*. I semi che poi germogliano in nuove soluzioni organizzative e strategiche non provengono da una sola fonte. Possono nascere dall'ascolto delle aspettative e dei bisogni dei clienti, dall'osservazione e studio dei trend tecnologici globali, ma anche da richieste o necessità degli intermediari così come da proposte dirette della compagnia. "L'innovazione è un lavoro a tre" è la frase con cui Bardelli ha riassunto questa convinzione, che è alla base del *Programma di semplificazione* avviato da Generali nell'aprile dello scorso anno. Inserito nel piano triennale della compagnia, il progetto ha come obiettivo arrivare alla semplificazione di 20 processi entro il termine del 2018. Per ogni processo viene avviato un laboratorio: un gruppo formato da una ventina di persone, ugualmente divise tra consumatori, agenti e responsabili di settore della compagnia, che si riuniscono e lavorano insieme per un tempo variabile di 16/20 settimane, per condividere idee e proposte secondo la tradizionale tecnica del *brain storming*, con l'obiettivo di arrivare alla semplificazione del processo individuato.

La paura della disintermediazione

Non tutto, ovviamente, è semplice e lineare: esistono diversi punti critici da affrontare quando si propongono cambiamenti. Secondo Bardelli, quello più importante su cui lavorare è la resistenza della rete distributiva, che nasce dalla paura che il progresso tecnologico porti a una disintermediazione. Ma la relazione dell'intermediario con il cliente non scomparirà, pur subendo necessariamente importanti cambiamenti in virtù dell'esigenza di una maggiore semplicità nei contratti, di un'informazione più chiara e di un'augmentata trasparenza. Sulla customer experience si baserà il successo delle future scelte di business delle compagnie assicurative, decisioni che saranno frutto di un lavoro di concerto tra tutti gli attori coinvolti.

Chiara Zaccariotto

INIZIATIVE

Diversità e inclusione, in azienda e nella comunità

Nella settimana del Milano Pride 2017, Zurich promuove alcune iniziative dedicate a valorizzare le categorie meno rappresentate

La manifestazione che animerà il territorio meneghino per otto giorni ha come obiettivo sensibilizzare l'intera comunità nei confronti della diversità, sia essa di genere, orientamento sessuale o capacità fisico/psichiche, per creare un ambiente sociale e lavorativo positivo, aperto, in cui ogni persona si senta apprezzata e libera di esprimersi, contribuendo con il proprio bagaglio di esperienze e competenze al raggiungimento di un obiettivo comune. Il gruppo **Zurich** parteciperà con una delegazione di dipendenti alle iniziative in programma, confermando il proprio impegno nella promozione della *diversity and inclusion*. Più d'uno sono infatti i progetti sviluppati internamente alla compagnia negli ultimi anni, a partire dalla nascita del network *Lgbt*, a sostegno dell'integrazione e dell'inclusione nell'ambito dell'orientamento sessuale, che lavora a stretto contatto con la rete internazionale. A tale proposito, e con la consapevolezza che anche il settore assicurativo è responsabile nei confronti della società e può influenzarne lo sviluppo, il gruppo svizzero ha inserito nella propria offerta soluzioni e prodotti dedicati a qualsiasi tipo di coppia, senza alcuna preclusione (conviventi, sposati, coppie di fatto, coppie omosessuali).

Si conferma centrale poi il tema della valorizzazione della figura femminile, per superare i pregiudizi sulla diversità di genere, soprattutto in ambito professionale: *Win* - quello di *Women innovation network* è un progetto che ha come obiettivo fornire alle donne strumenti concreti per la loro crescita in ambito lavorativo, sempre in un'ottica di *working balance* che permetta di coniugare vita professionale e privata. L'attenzione, al di là dei temi più discussi, dev'essere comunque rivolta a tutte le forme di diversità. Zurich ha recentemente avviato il piano *Wise* - *Working inclusively for sustainable excellence*, che si concretizza internamente nella valorizzazione delle capacità dei dipendenti con disabilità, e prevede alcuni progetti esterni come attività di prevenzione del bullismo nelle scuole. Azioni che si muovono in parallelo su due binari, quello delle imprese e quello delle comunità, perché un reale progresso è possibile solo tramite un lavoro di concerto.

C. Z.

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl - Via Montepulciano 21 - 20124 Milano

T: 02.36768000 **E-mail:** redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it